

Anche in Italia il numero dei navigatori del web è in costante ascesa e il commercio elettronico sta vivendo la sua stagione d'oro, con un volume di vendite che nel 2011 ha superato gli 8 miliardi di euro, il 19% in più rispetto al 2010. Per il 2012 gli esperti prevedono un'ulteriore incremento del 18% che porterà il comparto a superare i 9,5 miliardi di euro. Un trend dunque che appare in controtendenza rispetto al mercato "classico", a causa probabilmente della spasmodica ricerca della migliore offerta a tutti i costi. Anche i pneumatici, sempre di più, si sfilano dai canali tradizionali e rimangono intrappolati nella rete. E' il caso della piattaforma d'acquisto dei professionisti del pneumatico www.07ZR.com, un fenomeno europeo, nato alcuni anni fa in Francia, dove detiene ormai una quota di mercato pari addirittura all'8,5 % e che da poco più di un anno è arrivato anche in Italia. Per saperne qualcosa di più, PneusNews.it ha intervistato Luis Martinez, proveniente da 11 anni in Michelin e oggi responsabile della gestione dei fornitori e del mercato italiano di Propneu SA, la società svizzera proprietaria del portale.

PN: Per prima cosa ci incuriosisce il nome del portale. Cosa significa 07ZR?

LM: Il nome nasce dalla combinazione dell'anno di costituzione della ditta, il 2007 appunto, e "ZR" che si riferisce invece all'indice di velocità dei pneumatici. Volevamo anche un nome che si potesse dire in tutte le lingue e che si potesse proteggere a livello internazionale. Infine, iniziando il nome con il numero "0", abbiamo anche il vantaggio che, negli elenchi alfabetici, risulta sempre nelle prime posizioni.

PN: Come è nata la società Propneu SA?

LM: Propneu SA è stata fondata a Ginevra nel 2007 da due svizzeri, Jean Claude Krois e Stephane Favre, entrambi provenienti da precedenti esperienze nell'automotive. In particolare, Favre proveniva dal settore dell'automobile, mentre Krois ha percorso la sua carriera in Michelin, dapprima in Svizzera e poi con ruoli internazionali. Il primo passo è stato fatto in Francia, con l'apertura della pagina web B2B. In questo paese abbiamo registrato una crescita esponenziale, davvero importante. Quest'anno in Francia contiamo di far passare attraverso il nostro portale la vendita di più di 2,5 milioni di pneumatici, conquistando, in soli 5 anni, una quota di mercato attorno all'10%. Oggi siamo presenti, con delle pagine dedicate, in Francia, Spagna (da due anni) e Italia (da un anno e mezzo).

PN: 07ZR.com è una piattaforma destinata ai professionisti del settore o anche ai consumatori?

LM: i nostri siti web sono B2B puro. Il modello di business che abbiamo utilizzato si basa da una parte sull'offerta di tutti i fornitori e dall'altra parte sulle necessità dei clienti, che,

pagando un abbonamento mensile o annuale, del costo di circa un euro al giorno, hanno accesso alla pagina e possono scegliere tra una vastissima offerta di prodotti e acquistare al prezzo del grossista. Oggi complessivamente gestiamo più di 360 marchi, anche se non tutti sono presenti in tutti i paesi.

PN: La piattaforma è più utile per i piccoli gommisti o anche per quelli di dimensioni più importanti?

LM: 07ZR.com è uno strumento di lavoro per tutti. Il piccolo gommista che, in 8 casi su 10, non dispone a magazzino delle gomme richieste dal cliente, può trovare da noi sempre disponibilità di stock. Inoltre, tramite il portale il piccolo rivenditore può usufruire di prezzi vantaggiosi, visto che, non avendo potere d'acquisto, difficilmente riuscirebbe a negoziare il prezzo che trova da noi con il grossista o il fabbricante.

Ma anche il rivenditore medio e grande, che, acquistando volumi, ha accesso a prezzi vantaggiosi nel mercato tradizionale, da noi può trovare sempre qualsiasi articolo, anche quando il suo fornitore abituale non ha la disponibilità a magazzino. Oggi gestiamo 360 marchi, 80.000 articoli e 10 milioni di gomme; praticamente un magazzino virtuale gigantesco.

PN: Chi sono i fornitori della piattaforma ed esistono rapporti di esclusiva o preferenziali?

LM: Siamo completamente liberi e indipendenti. Oggi lavoriamo complessivamente con più di 100 fornitori. Di questi, circa 25 operano sulla pagina italiana, ma è un numero destinato ad aumentare. La maggior parte sono italiani, ma ci sono anche dei partner europei che mettono il loro catalogo sulla pagina italiana. Il vantaggio per il gommista è che, a volte, i grossisti stranieri sono in grado di offrire prodotti che, in Italia, sarebbe difficile reperire.

PN: Ci può indicare i nomi dei fornitori italiani con cui lavorate?

LM: Non comunichiamo mai la lista dei grossisti, ma quando uno fa una ricerca o ordina online un prodotto, può vedere in maniera trasparente da chi sta comperando. La fatturazione e la spedizione dei prodotti vengono fatte sempre dal fornitore. Noi siamo un portale di servizi, che tramita informazioni tra due partner: uno che vuole comperare e uno che vuole vendere.

PN: Quando è iniziata e come sta andando l'esperienza in Italia?

LM: In Italia siamo partiti all'inizio dell'anno scorso e i risultati stanno confermando il trend che avevamo avuto anche in Francia. Il primo anno è sempre un po' lento: nel 2011 sono stati venduti, attraverso la pagina italiana, circa 20.000 pneumatici. Nel 2012 pensiamo di arrivare a 100.000. Si tratta di un andamento normale nei primi anni di business del commercio elettronico: nei primi due-tre anni la crescita è mediamente moltiplicata per 5, il quarto anno più o meno per 2 e poi si procede più lentamente.

PN: Quanti clienti avete in Italia?

LM: In Italia abbiamo oggi circa 1.500 clienti, di cui una parte più attiva e una meno. L'obiettivo è comunque quello di crescere in tempi brevi, grazie anche al lavoro dei nostri operatori commerciali, che telefonicamente spiegano ai clienti come funziona lo strumento. Noi siamo convinti che oggi un gommista non possa prescindere dall'utilizzo di un portale come il nostro, perché gli consente di servire, sempre e in ogni caso, i suoi clienti. In Italia vediamo che ormai tutti i gommisti e tutti gli operatori professionali che lavorano con le gomme, hanno un computer e utilizzano abitualmente internet, che è diventato uno strumento indispensabile per lavorare, informarsi ed entrare in rete con altri operatori.

PN: Quali sono i vantaggi del gommista che si iscrive al portale?

LM: Parlando di convenienza sui prezzi, a volte si possono risparmiare anche 30-40 euro per quattro gomme. Ma il vero vantaggio è spesso la disponibilità del prodotto, che consente al gommista di fare la vendita. Per regola, inoltre, noi chiediamo ai fornitori di indicare sul sito il prezzo finale, comprensivo delle spese di spedizione. In questo modo il gommista ha la possibilità, con pochi click, di mettere a confronto le diverse opportunità sulla stessa base di paragone. Oltre al prezzo, il cliente può verificare subito i tempi di consegna e scegliere tra prezzo e servizio, tra un prezzo leggermente più alto ma con consegna (dall'Italia) in 24-48 ore oppure un prezzo inferiore, ma con consegna, dall'Europa, che dura qualche giorno di più.

PN: Quali sono i vantaggi del fornitore che decide di mettersi in rete?

LM: In primo luogo sottolineo che noi non abbiamo nessun margine dai fornitori, in quanto il nostro business è basato esclusivamente sul servizio al cliente professionale. Pensiamo che ogni fornitore professionale di un certo livello dovrebbe avere l'interesse ad operare tramite la piattaforma B2B, perché è un canale di vendita in più, è un moltiplicatore di informazioni, dimostra la capacità distributiva del grossista e consente di raggiungere clienti che magari la rete vendita non va mai a visitare.

PN: Come è strutturata l'azienda?

LM: Abbiamo in media una trentina di persone per ogni paese dove operiamo. Oggi Propneu conta più di 100 collaboratori: operatori del servizio clienti, commerciali e tecnici, che gestiscono marchi e articoli, per evitare errori di comunicazione e di consegna.

Recentemente abbiamo assunto un collaboratore molto importante, che ha una grandissima esperienza a livello internazionale, anche nel settore del pneumatico.

Le ditte che crescono devono strutturarsi. Se finora il nostro marketing si è limitato alla partecipazione alle fiere di settore, adesso abbiamo acquisito una notorietà che ci consente di collaborare con un'agenzia e studiare per il futuro dei piani di comunicazione mirati. Non è facile, ma per avere successo bisogna essere organizzati.

PN: Quali sono i vostri prossimi obiettivi?

LM: Fermo restando che intendiamo rimanere nel nostro core business, ossia il B2B tra professionisti, il nostro obiettivo è di rendere questo strumento sempre più utile per tutti i gommisti, piccoli, medi e grandi, per facilitare loro la vita. Oggi tanti tengono 10 pagine aperte sul PC per trovare una gomma. Noi vogliamo far loro risparmiare 1-2 ore al giorno, perché il tempo è denaro.

In ogni paese puntiamo poi a diventare il numero uno, perché sappiamo di essere la piattaforma B2B meglio organizzata professionalmente. Dietro i portali c'è infatti una struttura molto grande e un'esperienza, che ormai possiamo definire di successo, su altri mercati.

Siamo molto ottimisti sul futuro delle nostre piattaforme, del resto il mercato lo dimostra: se c'è una cosa che non va mai indietro è internet. Oggi, mentre tutti i mercati europei dei pneumatici sono calati, Francia, Spagna e Italia comprese, le vendite realizzate dai nostri fornitori, tramite 07ZR.com, sono invece in continua crescita. Anche nel nostro primo mercato, la Francia, stiamo registrando un trend del +40%.





PneusNews.it ha intervistato Luis Martinez, responsabile della gestione dei fornitori e del mercato italiano di Propneu SA, la società svizzera proprietaria del portale 07ZR.com



In Francia attraverso www.07ZR.com passano le vendite di 2 milioni di pneumatici, circa l'8,5% del mercato totale

© riproduzione riservata
pubblicato il 28 / 06 / 2012